

# Stratégies Générales pour Promouvoir le Changement en Matière de Politiques

Vous trouverez ci-dessous une liste de stratégies pour favoriser le changement de politiques publiques en santé auprès de communautés ou d'organismes (peu importe leur niveau de préparation au changement).

## 1. Développez des connaissances organisationnelles et obtenez du soutien.

- Il est important de développer, au sein de l'organisme, des connaissances au sujet de la politique proposée (par exemple, connaître les avantages de la politique proposée ainsi que l'opposition potentielle) et obtenez l'appui de collègues qui représentent publiquement votre organisme avant d'en faire la promotion à l'externe.
- Vos efforts pour impliquer les membres de la communauté et les décideurs pourraient être compromis si le message véhiculé au sujet d'un enjeu n'est pas cohérent parmi les représentants internes de votre organisme et ceux qui l'appuient.

## 2. Comprenez le contexte social, politique et économique.

- Développez une connaissance approfondie de la communauté ou de l'organisme avec lequel vous travaillez.
  - » Trouvez des réponses aux questions telles que : Quels enjeux clés touchent la communauté ou l'organisme? Qui sont les membres du conseil municipal et quelles sont leurs priorités?
- Soyez informés des enjeux sociaux, politiques et économiques qui sont les plus pressants auprès des électeurs ciblés.
  - » Les journaux locaux, les séances du conseil, les réunions de comités, ainsi que les rapports annuels d'organismes communautaires peuvent offrir un aperçu précieux des besoins et des priorités de la communauté.

- Comprenez le contexte dans lequel la communauté ou l'organisme fonctionne.
  - » Ceci vous permettra d'identifier les parties intéressées qui partagent vos intérêts par rapport à un enjeu, et ceux qui pourraient contribuer à faire avancer la politique proposée.
  - » Cette étape vous aidera également à identifier les points sensibles au sein de la communauté ou de l'organisme et à anticiper les obstacles potentiels à votre initiative politique.

## 3. Soyez attentifs à l'ouverture d'opportunités politiques.

- Déterminez si le moment est propice pour aborder la question. Afin de gagner du soutien, vous devriez être prêts à agir si une opportunité se présente et que des événements marquants favorisent votre cause.
  - » Une opportunité politique vous offre un moment unique pour agir et consolider le soutien à un changement de nature politique. Elles sont rares et habituellement de courte durée. Pour cette raison, les intervenants et les développeurs de politiques doivent apprendre à identifier et à profiter des opportunités politiques.<sup>1</sup>

### **Raisons potentielles de l'ouverture d'opportunités politiques :**

des changements administratifs, des changements idéologiques chez les décideurs, l'évolution de l'opinion publique, l'émergence d'un nouveau problème ou l'arrivée d'une crise ou d'un événement marquant.

### **Raisons potentielles de la clôture d'opportunités politiques :**

une solution réalisable est trouvée pour résoudre le problème, un changement de priorités ou d'attention, un changement de personnel ou une solution réalisable n'est pas trouvée dans un délai approprié.<sup>1</sup>



1. Kingdon, J.W. (1984). *Agendas, Alternatives, and Public Policies*. New York, NY: Harper Collins.

#### 4. Mettez la question dans un contexte qui a de l'importance et décrivez les bénéfices de la politique à court et à long terme.

- Décrivez la politique proposée de façon à ce qu'elle reflète votre compréhension de la communauté ou de l'organisme et de ses priorités. Cette mise en contexte consiste à définir vos buts et à adapter stratégiquement votre message à votre public cible.<sup>2</sup>
  - » Par exemple, si vous tentez de faire adopter un règlement municipal interdisant de fumer dans les parcs et que votre communauté ou organisme est en processus de développement d'un plan d'action environnemental, soulignez comment la politique proposée contribuera à l'atteinte des objectifs de ce plan d'action (par la réduction des mégots de cigarettes jetés par terre, par exemple).
- Présentez la politique en fonction de ses bénéfices futurs sur la santé, tout en illustrant aux décideurs les avantages immédiats de l'adoption de cette politique.
  - » Par exemple, un règlement municipal interdisant de fumer la cigarette dans les parcs protégerait non seulement la santé des enfants, mais il réduirait également les coûts d'entretien des parcs et contribuerait à l'embellissement urbain.

#### 5. Profitez de changements de leadership

- Une campagne électorale est le moment idéal pour développer des relations avec les candidats et pour générer du soutien envers les politiques proposées. Faites de votre mieux afin de développer des liens avec tous les candidats, incluant ceux qui semblent avoir peu de chances d'être élus. Après l'élection, assurez-vous que les nouveaux élus respectent leurs promesses électorales.

Un exemple démontrant comment incorporer des changements au niveau du leadership dans votre stratégie d'intervention politique se trouve dans le sondage *Healthy Schools Now* de l'*Alberta Policy Coalition for Chronic Disease Prevention*<sup>3</sup> (disponible à : <http://www.abpolicycoalitionforprevention.ca/component/content/article/48-press-room/75-oct14-10-release.html> en anglais seulement).

2. Center for Disease Control and Prevention. (n.d.). Chapter Nine: Media Advocacy. In *Designing and Implementing an Effective Tobacco Counter-Marketing Campaign*. Retrieved from [www.cdc.gov/tobacco/stateandcommunity/counter\\_marketing/manual/pdfs/chapter9.pdf](http://www.cdc.gov/tobacco/stateandcommunity/counter_marketing/manual/pdfs/chapter9.pdf).

3. Anciennement nommé Alberta Policy Coalition for Cancer Prevention, le nom a été changé à Alberta Policy Coalition for Chronic Disease Prevention en Octobre 2011.

#### 6. Gardez votre message clair et simple en utilisant trois à cinq messages clés.

- Utilisez un langage clair, des exemples et des anecdotes simples afin de créer des messages qui résonneront auprès des gens.
- Rappelez-vous qu'il n'y a pas de façon universelle de mener une campagne d'intervention, alors adaptez vos messages pour qu'ils correspondent aux priorités, intérêts et contextes des groupes et des individus que vous tentez de sensibiliser.

#### 7. Démontrez le soutien des électeurs pour une cause et illustrez les bénéfices pour la communauté.

- Soulignez comment la politique proposée améliorera la qualité de vie des électeurs au sein de la communauté. Incluez la communauté dans ce processus et encouragez ses membres à s'impliquer.
- Les élus portent une attention particulière aux besoins de leurs électeurs et au niveau de soutien relatif envers une politique proposée au sein de leur circonscription. Pour cette raison, il est important d'utiliser une variété de tactiques afin d'illustrer le soutien populaire envers la politique proposée ou un enjeu connexe. Des exemples incluent des sondages d'opinion, des enquêtes, des campagnes postales ou téléphoniques, des lettres ouvertes, des articles de presse ou de blogue et l'utilisation des médias et des médias sociaux.

#### 8. Développez des partenariats avec les communautés.

- Cette étape peut prendre du temps, alors commencez par développer des relations avec une multitude d'intervenants du milieu (exemple: organismes communautaires, leurs membres, et les décideurs politiques).
- Offrez aux membres de la communauté des occasions de s'impliquer dans le processus de développement de soutien pour la politique proposée.

Pour des ressources additionnelles au sujet du développement communautaire, consultez *The Citizen's Handbook* (disponible à : [www.vcn.bc.ca/citizens-handbook/](http://www.vcn.bc.ca/citizens-handbook/) en anglais seulement), une ressource en ligne créée par le comité de citoyens de Vancouver, ou visitez le *Tamarack Institute for Community Engagement* ([www.tamarackcommunity.ca](http://www.tamarackcommunity.ca) en anglais seulement).

## 9. Sensibilisez les décideurs attentistes.

- L'expression « attentiste » correspond aux décideurs qui n'ont pas encore consolidé leur opinion envers une politique proposée ou dont le soutien pour une cause a tendance à alterner. Il est important de sensibiliser les attentistes en leur fournissant régulièrement des mises à jour et de nouvelles informations dans le but de les tenir au courant et de les influencer favorablement envers une cause. N'oubliez pas de faire ceci de façon respectueuse.

## 10. Développez des partenariats avec les parties concernées.

- Collaborez avec divers groupes et individus concernés par la cause afin de bâtir un large éventail de soutien envers la politique.
  - » La collaboration intersectorielle est une stratégie qui fonctionne particulièrement bien avec des communautés et des organismes innovateurs ou majoritaires.
  - » Elle correspond au processus de travail avec des individus et des organismes provenant d'une multitude de secteurs (par exemple, la santé, l'éducation, les organismes à but non-lucratif, les entreprises et les gouvernements) afin d'atteindre un objectif.

Pour en apprendre davantage au sujet de la collaboration intersectorielle, veuillez consulter **Au croisement des secteurs - expériences en action intersectorielle, en politique publique et en santé** (disponible à : <http://www.phac-aspc.gc.ca/publicat/2007/cro-sec/index-fra.php>).

## 11. Sollicitez de l'exposition médiatique gratuite et faites des interventions par l'entremise des médias.

- Si utilisés correctement, les médias peuvent être de puissants outils pour promouvoir le changement en matière de politiques.
- Une campagne d'intervention médiatique se fait par l'usage stratégique des médias de masse, jumelé à d'autres tactiques d'intervention, afin d'influencer le débat public et d'encourager le changement en matière de politiques.<sup>4</sup> Afin de rendre votre campagne d'intervention plus efficace, tentez de lier la politique proposée aux enjeux et événements pertinents à la cible de l'intervention.

- L'exposition médiatique gratuite consiste à travailler pour que votre cause soit relayée par les médias d'information plutôt que de payer l'exposition médiatique. Des exemples d'exposition médiatique gratuite sont les communiqués de presse, la rédaction d'articles de journaux et de revues, l'organisation d'événements ou de manifestations et la rédaction de lettres ouvertes.

## 12. Utilisez une multitude de voies et d'outils de communication.

- Des réunions en personne, des appels téléphoniques, des courriels, des lettres, des sites Internet, les médias de masse et sociaux peuvent tous être utilisés pour sensibiliser les décideurs et le public.
- Lorsque vous utilisez ces différents outils, il est important de les adapter au niveau d'acceptation de la communauté ou de l'organisme avec lequel vous travaillez.
  - » Par exemple, l'utilisation de médias sociaux peut être un bon outil pour les communautés ou organismes innovateurs, mais elle ne serait peut-être pas aussi efficace pour les communautés ou organismes réticents qui ont tendance à être plus traditionnels.

## 13. Attirez l'attention sur les innovateurs et célébrez les succès.

- Il est important de souligner les résultats positifs, tels que des bénéfices pour la santé ou le retour économique sur l'investissement, résultant de l'implantation de la politique par d'autres communautés ou organismes. Ceci permet de démontrer à ceux qui pourraient adopter la politique ce qui est possible dans leur propre juridiction.

Pour une liste de ressources recommandées, veuillez visiter <http://policyreadinesstool.com/prt-resources/>.



4. Wallack, L. and Dorfman, L. (1996). Media Advocacy: A Strategy for Advancing Policy and Promoting Health. Health Education Quarterly, 23 (3), 293-317.